# 普通科技期刊提升影响力的路径探讨

李雅楠
（天津市市政工程设计研究院《天津建设科技》编辑部， 天津 300392）

**摘 要：**当“建设世界一流科技期刊”成为主旋律，普通科技期刊在提升影响力方面面临着诸多困难，有待突破瓶颈。文章首先确定了普通科技期刊在中国科技期刊发展中的重要位置，其次以普通科技期刊提升影响力为核心，提出了目前在办刊中遇到的突出问题，同时对相关问题进行分析，分别从移动技术的应用；打造青年审稿人队伍；参与举办大型学术会议；加强与行业协会的沟通；有针对性地调整发行工作等方面提出可尝试的多种路径，最后提示应注重社会反馈，从中查找差距，不断改进，逐步提升普通科技期刊的影响力。

**关键词：**普通科技期刊；影响力；青年审稿人；行业协会；稿源 **中图分类号：**G237.5 **文献标识码：**A
**文章编号：**1671-0134（2021）01-019-03 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.01.002
**本文著录格式：**李雅楠 . 普通科技期刊提升影响力的路径探讨 [J]. 中国传媒科技，2021（01）：19-21.

## 导语

中华人民共和国成立 70 多年来，中国科技期刊数量从 80 余种发展到 5000 余种，在中国期刊政府管理部门一系列政策扶持和资助计划的帮助下，我国科技期刊取得了突出的成绩，但由于过度依赖传统运营模式，仍存在传播力度薄弱，影响力无法完全释放等问题，与国际期刊相比，还有较大差距。根据中国知网发布的《世界学术期刊学术影响力指数 2018 年报》（《WAJCI2018 年报》），将学科细分后，发现中国内地期刊（有 CN 号）存在综合性期刊数量多、期刊专业化程度不高等现象。240 个学科中有 135 个学科没有期刊能进入 WAJCI-Q1 或 WAJCI-Q2 区。[1]

2019 年 8 月，中国科协、中宣部、教育部、科技部联合印发《关于深化改革培育世界一流科技期刊的意见》，这是贯彻落实中央全面深化改革委员会第五次会议精神、推动我国科技期刊改革发展的重要文件。《意见》指出，以建设世界一流科技期刊为目标，围绕变革前沿强化前瞻布局，科学编制重点建设期刊目录，全力推进数字化、专业化、集团化、国际化进程。当“建设世界一流科技期刊”成为主旋律，众多的普通科技期刊似乎陷入了较为尴尬的境地。在我国数千种科技期刊中，普通科技期刊占有着相当的比重，是推动科技期刊发展的主力军，其更加需要突破瓶颈，形成自身的办刊特色，塑造品牌价值，全面提升影响力，创办高质量的科技期刊，使之成为世界学术交流和科学文化传播的重要枢纽。本文以普通科技期刊如何提升影响力为核心，通过分析，总结出若干实践路径，以期为同类科技期刊提供参考。

## 1. 普通科技期刊的现状分析

我国的科技期刊突出问题不是基数庞大，而是结构不优。有专家认为，中国的期刊结构是“工”字型，即上层存在一小批质量不错的期刊，中间状态不多，累积在下层的不具有较大影响力。唯有将中间的柱子做通畅，有了优化后的上升通道，整体结构才能形成金三角。[2] 普通科技期刊在竞争日益激烈的环境中，唯有突出重围，才能获得可持续性发展。

### 1.1 优质稿源困境

普通科技期刊，影响因子低于核心期刊，在影响力和权威性方面处于弱势，受惯性思维的影响，优秀的成果，应该发表在核心期刊上，才能被广泛关注和引用，才能彰显其科学价值。因此，对于普通期刊而言，难能吸引到行业前沿的优质稿件。在目前，各个高校和单位大都有属于自己的期刊发文目录，未被囊括其中的期刊，收稿更是难上加难，在不被了解的情况下，就已被拒之门外。全年载文量低，高水平的文章少，导致影响因子无法持续上升。

### 1.2 编辑团队人才匮乏

编辑部大多采用依靠主办单位提供办刊经费和人员编制等模式，编辑团队小而散，大都因办刊经费紧张，而未建立相应的奖励机制，导致编辑工作缺乏积极性和主动性，削弱了期刊的创新发展动力。对于团队建设而言，需要具备丰富经验的前辈，也同时需要富有创造力的后辈，但很多编辑部在主办单位的领导下，同时扮演着服务部门的角色，缺少自主权和话语权，导致无法按需注入新鲜血液，人力无法满足和承担更多的工作。

### 1.3 缺乏运营意识

受传统运营模式的影响，发行工作还维持着邮局公开发行和自办发行的模式，发行数量从几百至几千不等。数字出版时代，出版成本降低，特别是通过网络传播大

大降低了纸质时代印刷和邮寄的成本，商业出版机构认为纯网络数字出版能节省 10% ~ 20% 的成本，[3] 因此纸质出版物的发行量受到了前所未有的冲击。面临这样的冲击，部分编辑们只能任凭发展，而无力阻挠，原因在于多年专注于出版工作本身，忽略了对于运营意识的培养，对市场变化的敏感度不高。当失去了曾经天然的运营环境时，就显得力不从心，在大多数编辑部的人才框架中，几乎很少有编辑部引进专业的市场营销人才，导致运营模式单一，缺乏市场运行动力。

## 2. 路径探析

### 2.1 移动技术的应用为期刊发展提供了新机遇

中国新闻出版研究院在线发布的第十七次全国国民阅读调查结果显示，2019 年国民对各类媒介的阅读率高达 81.1%，其中数字化阅读率（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad 阅读等）达到了 79.3%，同比增加了 3.1%。手机等移动终端的阅读率实现 10 年的持续增长，其中手机阅读为 76.1%，较 2018 年的 73.7% 上升了 2.4 个百分点。[4]

数字表明，读者的阅读习惯在随着时代的发展而转变，同时为普通科技期刊快速提升影响力提供了新的可能。当下，很多科技期刊都推出了自己的微信公众号，但普遍存在更新速度慢、原创文章数量少、缺少专人维护等问题，有些甚至已停更，未能很好的把握机遇。科技发展改变了人的行为，移动互联时代，阅读多以智能手机和移动设备为载体，纸版时代和 PC 端均无法满足精准定位和有效传播的要求，为顺应读者碎片化阅读的需要，普通科技期刊可在移动出版领域做大胆尝试。

运营自己的知识服务平台。参考“得到”“喜马拉雅“等较为成功的知识服务平台，普通科技期刊可从策划原创文章着手，根据期刊所属专业，结合办刊方向拟定选题，在微信公众平台推出优质专栏，精准推送，逐渐积累用户。打造独有的知识服务平台，关键在于持续，首先应明确团队职责，从选题策划、信息采集、整理归纳、总结撰写、稿件校对几方面将工作分别布置，其次随时关注行业动态信息，将海量信息进行再次整合，形成自身的内容风格，每日定时发布文章，最终使用户养成良好的阅读习惯，增加用户黏度。

开放获取布局，实现自身的网络首发。很多期刊为了提升影响力，与知网、万方等多家大型数据库合作，依赖其传播力，做优先出版。同理，普通的科技期刊，也可以通过自己的网站，微信公众平台做网络首发，要善于根据媒体融合时代的传播特点，做好长摘要撰写、OSID 制作、视频录制等内容处理，充分利用 AI、大数据、云计算、区块链等技术手段，融合微信、App 等新媒体，提升期刊的网络显示度，增强传播能力，扩大影响力，[5] 以此来吸引作者投稿或者期刊的平台合作。

### 2.2 打造青年审稿人队伍

各行各业都拥有优秀的青年队伍，期刊编辑可从作者或读者中深度挖掘技术骨干，建议年龄控制在 35 岁至 40 岁之间，在此区间内的行业人员基本已积累了丰富的工作经验，接触前沿的科学技术，且精力充沛，在很好的完成审稿工作的同时还可对期刊进行宣传。作为编辑，应使对方了解出版，热爱出版，参与出版，打造刊物专属的青年审稿人队伍，既可以拉近编辑与作者、读者间的距离，还可以提升办刊质量，更是注重同行评议的具体体现。

### 2.3 举办大型学术会议

除完成正常的出版工作外，越来越多的期刊参与到主办、承办大型学术会议的工作中，学术会议不仅可以使期刊在短期内快速受到关注，还可以使编辑和行业相关人员有近距离的接触，了解行业动态。可查阅大型数据库分析文献的被引和下载量，从而了解现阶段的行业热点问题，确定会议主题。打造品牌会议，有助于带动期刊在行业内的影响力，打破出版工作壁垒，拓宽期刊宣传平台。在 2020 年新冠病毒疫情期间，特定的社会环境激发了网络直播的井喷式发展，直播带货、在线课堂、视频会议等带给了人们无限的快捷与便利。伴随着疫情褪去，学术会议仍可以借鉴直播的形式，同时做线上和线下两种形式，扩大会议的影响力。

### 2.4 与行业协会的沟通往来

各个出版单位常面临经费紧张，人力不足等问题，因此年度办会次数有限，与行业协会建立往来，就显得尤为重要。作为期刊编辑，要时刻关注行业协会的年度评奖活动，这些评奖活动既能代表行业的发展动态，又能通过参与活动，提升期刊的曝光度。借用协会在各个行业内的传播优势，使更多同行单位了解期刊，熟悉期刊，树立品牌优势，提升品牌价值。

### 2.5 全国大范围发行刊物

科技期刊提升影响力的关键在于突破地区限制，走向全国，面向世界。对于普通刊物而言，想获得行业内的广泛认知尤为重要，可通过调整发行工作进行有针对性的大数据采集。首先，利用现有的知网、万方、维普等大数据平台，关注本刊已发表的被引文章中，其作者来自哪些地区，分布在哪些单位，然后进行网络搜索，了解该单位的主营业务，组织架构，根据通信信息邮寄刊物。此方法，除期刊固定的发行客户外，还可通过日

积月累的查阅、邮寄让更多曾经关注过期刊的读者或单位进一步了解刊物，最终，建立初步印象，由扩大读者群向扩大作者群过渡，达到吸纳更多稿源的目的。

## 结语

“建设世界一流期刊”虽已成为当前的主流话题，但创造高水平的学术期刊只是科技期刊若干条发展道路中的一种。中国的科技期刊发展需要更多的道路探索，数量庞大的普通科技期刊为中国科技期刊发展提供了更多的可能性，也同时撑起了中国科技期刊的产业生态。对于普通科技期刊而言，在日益激烈的竞争中，应肯定自身价值，坚定办刊方向，除此之外，还应重视社会反馈，可以以年度为单位，向社会发出《调查问卷》，从办刊质量、读者感受、对期刊的知晓渠道等多方面进行设置，归纳总结反馈信息，从中查找差距，不断改进，逐步提升普通科技期刊的影响力，始终坚信即使不是 SCI，也同样可以办成好刊。媒

## 参考文献

[1] 中国科学技术协会 . 中国科技期刊发展蓝皮书（2019）.[M]. 北京：科学出版社，2019.

[2] 易蓉，陈蕾. 如何打破我国科技期刊“工”字结构？这群“掌门人”聚在一块讨论了下 [EB/OL]. [2020-08-31]. https://mp.weixin.qq.com/s/-avfXvGpXa0h6-I7ZuogwA.

[3]Mabe M. 科技与学术期刊出版综述——庆祝期刊出版 350 周年 [R].2015：67.

[4] 中国新闻出版研究院 . 第十七次全国国民阅读调查成果发布 [EB/OL]. [2020-04-20].https://article.xuexi.cn/articles/index.html?part_id=15385336228195630371&art_id=15385336228195630371&item_id=15385336228195630371&study_style_id=feeds_default&pid=&ptype=-1&source=share&share_to=wx_single&from=singlemessage&isappinstalled=0.

[5] 郭伟 . 培育世界一流背景下普通科技期刊的发展策略 [J]. 中国传媒科技，2020（2），36-38.

**作者简介：**李雅楠（1985-），女，天津，编辑，研究方向：科技期刊出版。

（责任编辑：张晓婧）

---

（上接第18页）

供他们所需要的信息和功能。在微信公众号的设置上不断优化菜单功能，尽量设置查稿功能、评论功能，版式及内容设置上突显刊物特色，加强与用户的互动。在信息发布方面，做到及时更新，除了图文形式，还可以多尝试音频、视频的形式，并确保发布内容的权威性、学术性、丰富性。

### 5.3 以创新意识打造微博及客户端平台

相较于官网及微信公众号，微博及客户端的维护需要期刊出版单位投入更多的人力，且这两种传播平台的受众没有那么多，因此大部分期刊未使用这两者。事实上，微博平台给予用户极大的互动自由和言论自由，因此用户往往会积极参与到各类话题的互动中；客户端则具有丰富的功能，可满足用户的多种需求，微博与客户端应成为期刊传播的有效补充方式。尤其是客户端在我国发展势头迅猛，但在学术期刊中的应用却非常滞后。这就需要期刊出版单位树立创新意识，培养或引进具备新媒体技术的高素质人才，建立、优化微博及客户端平台。对于学术期刊而言，既要保持学术严肃性，也要兼顾用户的互动兴趣，可在微博、客户端加强技术创新的同时多使用交互式信息，从而增强用户的良性互动。

### 5.4 以全域意识构建立体化传播体系

目前，学术期刊以官网及微信公众号为主流传播平台。微博及客户端的用户虽不如官网、微信公众号的用户多，但可以起到扩大传播受众、提高传播效率的作用。因此，期刊出版单位亟须加强重视，视刊物自身情况及时开设缺失的传播平台，以全域意识建立“纸质媒体 + 网络媒体 + 新媒体”的立体化传播体系，优化整合各传播平台，增强信息传播效率。官网、微信公众号、微博、客户端各有特点，期刊出版单位在设置各传播平台时，应既有区别又有联系，发挥各平台的传播优势，并将各平台互相链接起来，形成对纸质媒体的补充，同时，各传播平台都应尽可能地提供优先出版服务，从而将期刊的传播力、影响力、辐射力最大化。媒

## 参考文献

[1] 李君安 . 我国社科院学术期刊统计研究 [J]. 传媒，2018（5）：35-37.

[2] 赵庆来 . 学术期刊精准传播平台构建与内容推荐 [J]. 中国出版，2020（5）：23-27.

**作者简介：**李君安（1981-），女，副编审、副研究员，研究方向：期刊出版。

（责任编辑：张晓婧）